



ESTRATEGIA

# PERMANENTE DE RENDICIÓN DE CUENTAS

**CUNDINAMARCA**  
**¡REGIÓN**  
**Que Progres!**



# ¿Qué es rendir cuentas?

Es propiciar escenarios de comunicación en doble vía con la ciudadanía y los grupos de valor con el propósito de garantizar el diálogo y la divulgación de información sobre la gestión de la Entidad a través de un lenguaje claro y comprensible para dar a conocer las decisiones, acciones, gestión, avance y resultados.

## A manera de contexto:

El propósito de esta estrategia es unificar de manera coherente y clara las acciones y mecanismos que plantea la organización para habilitar y fortalecer espacios de rendición de cuentas, abordando la estrategia como tema transversal a la gestión pública y del buen gobierno corporativo.

El proceso de rendición de cuentas es un proceso continuo, en el cual se fortalecen los canales institucionales para la transparencia, de manera tal que se brinde la información sobre el avance de la gestión en los planes, programas y proyectos que lidera la Empresa durante la vigencia evaluada, dando cuenta de la ejecución presupuestal y el logro de los objetivos del sector de agua potable y saneamiento básico plasmados en el Plan de Desarrollo Departamental, el Plan Departamental de Agua de Cundinamarca y el Plan Estratégico de la Empresa.

En atención a lo establecido en la Ley 1474 de 2011 en su artículo 78, el cual promueve las acciones que desde la administración se requieren para democratizar y divulgar la gestión de entidades públicas, mediante herramientas que soporten su rendición de cuentas -R de C-, y en cumplimiento con el Decreto Reglamentario 3622 de 2005 sobre las políticas de desarrollo administrativo que motivan la rendición de cuentas y el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano, Empresas Públicas de Cundinamarca S.A. EPS mantiene un compromiso permanente con las instituciones, municipios, entes de control y comunidad en general, en cuanto a los procesos de rendición de cuentas sobre la gestión adelantada como gestores de los Programas del Sector de Agua Potable y Saneamiento Básico en el Departamento.

## Reto:

Aumentar la participación de la ciudadana en los espacios de diálogos y acciones adelantadas por la Empresa con el fin de implementar acciones de mejora en la gestión conforme a las observaciones que se reflejan en los diferentes escenarios por parte de la ciudadanía.

## Objetivo general:

Mantener y aumentar el dialogo y la participación ciudadana de los actores y grupos de valor para dar a conocer la gestión de la empresa.

## Objetivos específicos:

- Disponer herramientas y espacios para facilitar el acceso de los ciudadanos a información completa, actualizada, comprensible y de forma oportuna.
- Propiciar espacios de divulgación, diálogo y evaluación entre Empresas Públicas de Cundinamarca S.A ESP., y los cundinamarqueses, a través diferentes medios virtuales y/o presenciales, para rendir informes que explique el impacto de la gestión.
- Promover la cultura de rendición de cuentas permanente dentro de la entidad
- Generar sentido de pertenencia de las comunidades hacia las obras de agua potable y saneamiento básico que se desarrollan en los municipios.
- Brindar herramientas reales para el seguimiento y control por parte de las comunidades cundinamarquesas.
- Generar posicionamiento de marca y recordación de EPC Primero en agua
- Potenciar la participación ciudadana a partir de generación de incentivos

## ¿Sobre qué se rinde cuentas en la estrategia?

La estrategia contempla los siguientes temas de divulgación:

- Presupuesto
- Cumplimiento de Metas
- Gestión y avances
- Contratación
- Impactos
- Acciones de mejora

# Componentes de la Estrategia Permanente de Rendición de Cuentas

## Diagnóstico:

Es el Análisis del estado de la Rendición de Cuentas en la entidad, por lo cual se hace referencia en este documento el análisis del evento Rendición de Cuentas que se realiza anualmente, el diagnóstico y el Plan de Gestión Social vigente aprobado.

## Elementos de la rendición de Cuentas

### Componentes de información:

El componente de información implica para la Rendición pública de cuentas que esta se suministre de manera oportuna, a través de los canales de comunicación adecuados, y previo a la generación de las demandas ciudadanas, toda la información relativa a los resultados, sean estos parciales o totales, de la gestión.

La oportunidad en la entrega de la información es un rasgo característico de los procesos de Rendición de cuentas planificados y con una estrategia permanente. Entre los atributos que deben caracterizar la entrega de la información, deben contemplarse la actualidad, la calidad, la pertinencia y un lenguaje accesible para los cundinamarqueses.

| ACCIONES O METAS                                                                                                                         | OBJETIVO ESPECIFICO                                                                                                            | INDICADOR                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Puntos de atención en obras -<br>Instalación de buzones en el<br>100% de los municipios con obras                                        | Vincular los actores<br>involucrados en las obras e<br>incentivar el compromiso                                                | (N° de buzones<br>instalados/ N° de buzones<br>programados) *100 |
| Publicaciones de piezas gráficas<br>y audiovisuales en redes sociales:<br>Realizar 606 publicaciones en las<br>redes sociales anualmente | Fortalecer los canales de<br>comunicación y mantener a la<br>comunidad informada de los<br>avances y la gestión de la entidad. | (No. de piezas realizados<br>/No. de piezas<br>Programadas) *100 |
| Difusión masiva en medios<br>regionales de comunicación:<br>Elaboración y distribución 40<br>boletines de prensa anuales                 | Fortalecer los canales<br>comunicativos y mantener a la<br>comunidad informada de los<br>avances y la gestión de la entidad.   | (# de boletines<br>publicados/# de boletines<br>programados)*100 |
| Divulgación de información en la<br>Página web: 40 publicaciones de<br>noticias anuales                                                  | Fortalecer los canales<br>comunicativos y mantener a la<br>comunidad informada de los<br>avances y la gestión de la entidad.   | (# de noticias publicadas/<br># de noticias<br>programadas)*100  |

## Componente de dialogo:

Busca fomentar el diálogo y la retroalimentación entre Empresas Públicas de Cundinamarca S.A ESP., y sus grupos de valor. Se entiende como un ejercicio constante y cotidiano, y que puede ser implementado a través de encuentros presenciales y virtuales. A su vez, con las condiciones para que se activen acciones de participación y se posibilite la escucha de los diferentes puntos de vista.

| ACCIONES O METAS                                                                                    | OBJETIVO ESPECIFICO                                                                                                 | INDICADOR                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Socializaciones y seguimiento a la guía de intervención social en obras                             | Vincular los actores involucrados en las obras e incentivar el compromiso                                           | (No. de obras con guía / No.de obras vigentes)*100       |
| Gestión de Peticiones, Quejas y Reclamos                                                            | Garantizar y disponer de espacios de participación.                                                                 | # de respuestas dadas/# radicaciones recibidas *100      |
| Programa La Hora del Agua: Realizar 20 programas anuales/ depende disponibilidad de El Dorado Radio | Fortalecer los canales comunicativos y mantener a la comunidad informada de los avances y la gestión de la entidad. | # de programas realizados/# de programas programados*100 |
| Eventos sectoriales                                                                                 | Garantizar y disponer de espacios de participación.                                                                 | Participar en al menos un evento sectorial al año        |
| Liderar espacio de dialogo, académico y de capacitación con prestadores                             | Garantizar y disponer de espacios de participación.                                                                 | Realizar un espacio al año                               |
| Chat de atención virtual                                                                            | Garantizar y disponer de espacios de participación.                                                                 | # de respuestas dadas/# radicaciones recibidas *100      |
| Evaluación del indicador de canales de comunicación de servicio al clientet                         | Fortalecer los canales comunicativos y mantener a la comunidad informada de los avances y la gestión de la entidad. | Realizar un informe del indicador al año                 |

## Componente de incentivos:

El incentivo de participación ciudadana por parte de la comunidad, por ejemplo, con capacitaciones y con entrega de material educativo sobre la gestión de la entidad y la cultura del uso eficiente del agua.

| ACCIONES O METAS                                                                                                                                                                        | OBJETIVO ESPECIFICO                                                           | INDICADOR                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| CONEXIÓN EPC: vincular a 40 municipios a la Estrategia comunicacional de apoyo a los prestadores que lo necesiten. (se vincula al componente de incentivos por el Premio Corazón azul). | Fortalecer la participación ciudadana entorno al cuidado del recurso hídrico. | Implementar Conexión EPC en 40 municipios y premiar a 3 prestadores al año |
| CLUBES DEFENSORES DEL AGUA: crear 200 CLUBES bajo la Estrategia pedagógica que fortalece los PRAE Y PEI, dirigida a la comunidad escolar                                                | Fortalecer la participación ciudadana entorno al cuidado del recurso hídrico. | # de clubes conformados/# de clubes programados*100                        |
| AQUACHALLENGE: Concurso creado para incentivar el cuidado del recurso hídrico, incentivando el uso de la tecnología y el arte en los niños. (Vincular 30 municipios)                    | Fortalecer la participación ciudadana entorno al cuidado del recurso hídrico. | # de municipios vinculados /# de municipios programados*100                |

## Monitoreo y evaluación:

Esta estrategia estará siendo evaluada a través de los seguimientos al plan de gestión social vigente y su cumplimiento será relacionado teniendo en cuenta que muchas de sus actividades se encuentran vinculadas.

También se podrá evaluar a través de la encuesta realizada al finalizar la audiencia pública de rendición de cuentas en cada vigencia.

Teniendo en cuenta que las actividades que hacen parte de la estrategia cumplen con las líneas del Plan de Gestión Social es anexo a este documento y lo pueden encontrar en la intranet, en la sección de planes en la Dirección de Servicio al Cliente.

## Actores

### Grupos de valor:



## Grupos de intereses:

